

SHIBUYA109 lab.メンズトレンド大賞2025

Z世代男性646人が選んだ今年のトレンドを発表

株式会社SHIBUYA109エンタテインメント(本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：石川 あゆみ)が運営する若者マーケティング機関『SHIBUYA109 lab. (読み：シブヤイチマルキュウラボ)』は、around20 (15~24歳)の男性646人を対象に実施した2025年メンズトレンド調査の結果をお知らせいたします。また、『SHIBUYA109 lab.メンズトレンド大賞2025』のノミネートをもとに、株式会社マンダム(本社：大阪府大阪市、社長執行役員：西村 健) (以下、マンダム)と株式会社coordimate(本社：東京都渋谷区、代表取締役CEO：飯野 健太郎) (以下、コーディネイト)とともに実施した、若年層男性の消費ムードについて分析結果も公開いたします。

SHIBUYA109 lab. メンズトレンド大賞2025



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT Corporation ALL Rights Reserved.

【調査】実施期間：2025年9~10月 対象者：around20(15~24歳)男性 N=646

今年は「カフェ・グルメ部門」「ヒト部門」「アーティスト部門」「コンテンツ部門」「SNSミーム部門」「ファッション部門」「体験部門」の7部門を設置。

ノミネート項目についてはSHIBUYA109 lab. MATEに所属する11名の大学生が選考委員となり、ノミネート選出を行うトレンド大会議を経て決定しています。

※ノミネート項目に関しては当リリース末尾のノミネート一覧をご覧ください。

《SHIBUYA109 lab.メンズトレンド大賞2025 トピックス》

【カフェ・グルメ部門】	辛くてヘルシーなフードがトレンドに。根強いラーメン人気
【ヒト部門】	啓発系から自己開示系へ。一緒に憂いてくれる人に注目
【アーティスト部門】	ショート動画をきっかけに拡散。ファンを公言しやすいアイドルが人気
【コンテンツ部門】	ホラー・SF・予言…ひとりでハラハラ楽しむコンテンツが人気
【SNSミーム部門】	AIで作るミームが話題。「明るく自虐」がコミュニケーションムードに
【ファッション部門】	トップスはフィット感、ボトムスにボリュームを出し令和の脚長を実現
【体験部門】	インプットや共感を楽しむ体験がトレンドに

※ 公開データの引用・転載の際は、『SHIBUYA109 lab.調べ』と明記いただきますようお願い申し上げます。

SHIBUYA109 lab./<https://shibuya109lab.jp>

※ 本リリースに記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

【カフェ・グルメ部門】辛くてヘルシーなフードがトレンドに。根強いラーメン人気

カフェ・グルメ部門

1 **みそきん（店舗）**

2 **もっちりん**

3 **ドバイチョコレート**

4 **辛ラーメン トゥーンバ**

5 **麻辣湯**

©SHIBUYA109ENTERTAINMENT Corporation ALL Rights Reserved.

韓国・中国を中心としたアジアフード、特に麻辣湯や火鍋などのヘルシーフードが昨年に引き続きトレンドとなりました。ASMR動画を起点に注目されたフードは、もちもち・パリパリがキーワード。みそきんは2024年メンズトレンド大賞のカフェ・グルメ部門でも1位を獲得しており、根強い人気が見受けられます。

1位 みそきん（店舗）

YouTuberであるHIKAKINさんがプロデュースしているカップ麺ブランド『みそきん』の実店舗。今年8月より東京駅に期間限定オープン。入店は完全予約制で、オープン直後の予約開始と同時に用意された枠がすぐ完売したことも話題となりました。

2位 もっちりん

ミスタードーナツの創業55周年記念商品。弾力のある食感とやわらかい食感を同時に堪能できる“もっちり食感”が特徴です。今までにない新しい食感がSNSで話題となり、店舗で売り切れが続出しました。

3位 ドバイチョコレート

ピスタチオペーストにカダイフ（小麦粉でできた細い麺）を中に入れてチョコレートでコーティングしたスイーツ。アラブ首長国連邦・ドバイ発であることから「ドバイチョコレート」と呼ばれており、ASMR動画でザクザクした食感が紹介されたことから話題になりました。



《みそきん（店舗）》



《もっちりん》



《ドバイチョコレート》

【ヒト部門】啓発系から自己開示系へ。一緒に憂いてくれる人に注目

ヒト部門

1 **MON7A（もんた）**

2 **諦めないアキラ**

3 **バイトな日常**

4 **長浜広奈**

5 **ガミックス**

©SHIBUYA109ENTERTAINMENT Corporation ALL Rights Reserved.

今年はABEMAで配信されている恋愛リアリティーショー『今日、好きになりました。』の出演者が多数ランクインしました。また、昨年は辛口レビューやアドバイスでモチベーションを高めてくれる啓発系インフルエンサーが人気でしたが、今年は自虐や一緒に憂いてくれる自己開示系インフルエンサーが人気であることが特徴として見られました。

1位 MON7A（もんた）

『今日、好きになりました。ハロン編』で話題を呼んだ現役高校生アーティスト。独自のビジュアルや同じく出演者である長浜広奈さんとのやり取りから話題になりました。更に机の上に足を上げて撮影する動画が「もんた界限」として広がり、多くの人が真似してTikTokに投稿しました。

2位 諦めないアキラ

TikTokやYouTubeのショート動画を中心に活動しているインフルエンサー。あるあるネタや「～なヤツ」といった日常的なユーモアのある動画を投稿しています。

3位 バイトな日常

YouTubeを中心に活動しているグループ。居酒屋バイトのあるある動画を投稿しており、共感性の高さが話題になっています。



昨年に引き続き、TikTokを中心にSNSで投稿されるショート動画の挿入歌として使用されたアーティストが多数ランクインしました。女性アイドルグループが多くランクインしていますが、周りにファンであることを公言する際に、メンバーの担当カラーで話せると気恥ずかしさが薄まるという声も聞かれています。

1位 CUTIE STREET

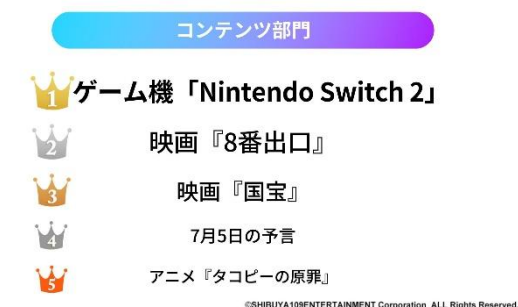
アソビシステム所属の8人組女性アイドルグループ。デビューシングル『かわいいだけじゃだめですか?』が歌・ダンス共にSNSで人気を集め、2025年はグループ初のワンマンライブ、全国ツアーを開催しました。

2位 CANDY TUNE

アソビシステム所属の7人組女性アイドルグループ。2024年に発売された『倍倍FIGHT!』が今年に入りTikTokで踊ってみた動画を中心にバイラルヒットしました。

3位 超ときめき♡宣伝部

スターダストプロモーション所属の6人組女性アイドルグループ。今年発売された『超最強』の歌詞が推し活ソングとしてTikTokを中心に話題となりました。



ノミネートには、アニメやゲーム、時事ネタなど幅広いジャンルのコンテンツがあげられました。今年はホラー・SF系の作品が人気となり、「7月5日の予言」についても大きな話題に。自身の関心を起点にコンテンツを楽しむ傾向が強く現れました。

1位 ゲーム機「Nintendo Switch 2」

任天堂のゲーム機「Nintendo Switch」から約8年ぶりに発売された最新モデル。予約開始から発売後も抽選販売となり、抽選結果についても度々SNSで話題となりました。

2位 映画『8番出口』

昨年話題となったゲーム『8番出口』を元にした実写映画。無限にループする地下通路で異変を探しながら地上へ脱出するゲームの世界観が再現されており、映画の展開や結末が全く想像できないと上映前から話題になりました。

3位 映画『国宝』

生い立ちも才能も異なる2人の主人公が歌舞伎の世界で生きる姿を描いた小説を基にした実写映画作品。内容を称賛する声や映画の世界観を真似する「国宝界限」がSNSで話題となりました。



≪ ゲーム機「Nintendo Switch 2」 ≫



日々目まぐるしく流行りが入れ替わるミームですが、2025年はAI音声やAI動画生成を活用したショート動画ミームが数多くノミネートされました。また、「今これ界限」や「〇〇すぎてしぬ!!」など、明るく自虐を共有する文脈のミームは、2025年のトレンド項目に多く共通するムードの特徴です。

1位 IッホIッホ

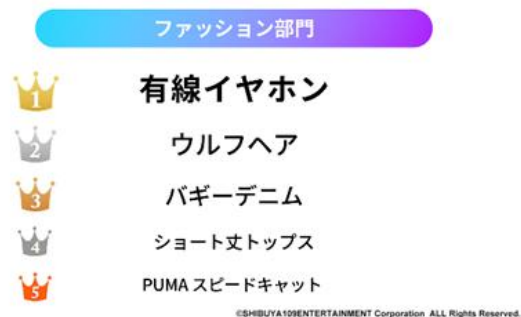
オランダの写真家ハニー・ヘーレさんが撮影した、草原を走るメンフクロウのヒナの写真に擬音を添えたことから生まれたSNSミーム。「〇〇って伝えなきゃ IッホIッホ」という構文がXで拡散され、かわいさと焦りのギャップが共感を呼びました。

2位 今これ界限（中国ダンス）

中国の伝統舞踊「科目三（クオムーサン）」をベースにしたダンスと、日本のネットスラング「今これ構文」が融合したミーム。コミカルでクセになる動きと、日常のあるあるを組み合わせたスタイルが流行し、話題となりました。

3位 AI YouTuber

AIが考えた架空のYouTuber。現実ではありえない企画や、AIらしい喋り方がツッコミどころ満載でSNSで話題となりました。また、実在のYouTuberによるAI YouTuberの動画の「再現してみた」動画も多くみられました。



昨年に引き続き、平成中期の日本のカルチャーを反映したY2Kファッションが楽しまれ、今年はフィット感を重視したトップスに、ボリュームを出したボトムスを合わせてAラインを楽しむスタイルがトレンドとなりました。アクセントとして腰回りのアクセサリーやゴツめシューズを取り入れることで脚長効果を実現しています。また、束感を楽しむヘアスタイルに注目が集まっています。

1位 有線イヤホン

音楽を聴くだけでなく、ネックレスのように首に巻いたり、ベルトのように腰に巻いたりすることで、Y2Kファッションアイテムの一つとしても活用されています。



《有線イヤホン》

2位 ウルフヘア

長さがありつつ軽やかなスタイルで、中性的な雰囲気を演出できるため『令和のモテヘア』として人気を集めています。

3位 バギーデニム

ヒップから裾にかけて広がっていく、ゆったりしたシルエットのジーンズ。トップスは短めや体にフィットしたもの、ボトムスはワイドな組み合わせのコーディネートがトレンドとなりました。



《ウルフヘア》



《バギーデニム》

【体験部門】インプットや共感を楽しむ体験がトレンドに

体験部門



大阪・関西万博



Pokémon Trading Card Game Pocket
(ポケポケ)



デザインあ展neo



2026 FIFAワールドカップ予選



新！そういうことじゃないんだよ展
+ありがたいことです展

©SHIBUYA109ENTERTAINMENT Corporation ALL Rights Reserved.

昨年に引き続き、新しい出会いのための外出よりも、気の知れた友人と充実した時間を過ごすことを優先する傾向にあります。今年は、大阪・関西万博やデザインあ展neoをはじめ、インプットや共感を楽しむ展示型の体験がノミネートに多く挙げられました。

1位 大阪・関西万博

世界中の国の技術や文化、芸術などを展示する国際的な博覧会。20年ぶりに日本が開催地となり、2025年4月～10月まで大阪で開催されました。大屋根リングや各国パビリオン、公式キャラクターであるミャクミャクなどが話題となりました。

2位 Pokémon Trading Card Game Pocket (ポケポケ)

ポケモンカードゲームをデジタル化したアプリ。対戦だけでなく、「ポケカ開封」をデジタルで体験することができ、コレクション要素を楽しむゲームとしても人気を集めています。

3位 デザインあ展neo

TV番組『デザインあ』の世界観を体験できる展示。また、コラボカフェでは展示品をイメージしたフードを食べられることで話題となりました。



《大阪・関西万博》



《Pokémon Trading Card Game Pocket (ポケポケ)》



《デザインあ展neo》

『SHIBUYA109 lab.メンズトレンド大賞』は今年で実施3年目となり、若年層男子のトレンド及び消費ムードの変遷が見えてきました。ファッションやヘアスタイルは3年間で多様化しており、おしゃれや身だしなみに対する美意識の基準が上昇していることが見られます。また毎年インタビューで聴取している「どう見られたいか」に関しては、年々外見よりも内面に関する言及が増えていることが特徴です。外見磨きは引き続き大事なテーマではありますが、その次のフェーズとして内面磨きに目を向ける若年層男子が増えていることが考えられます。

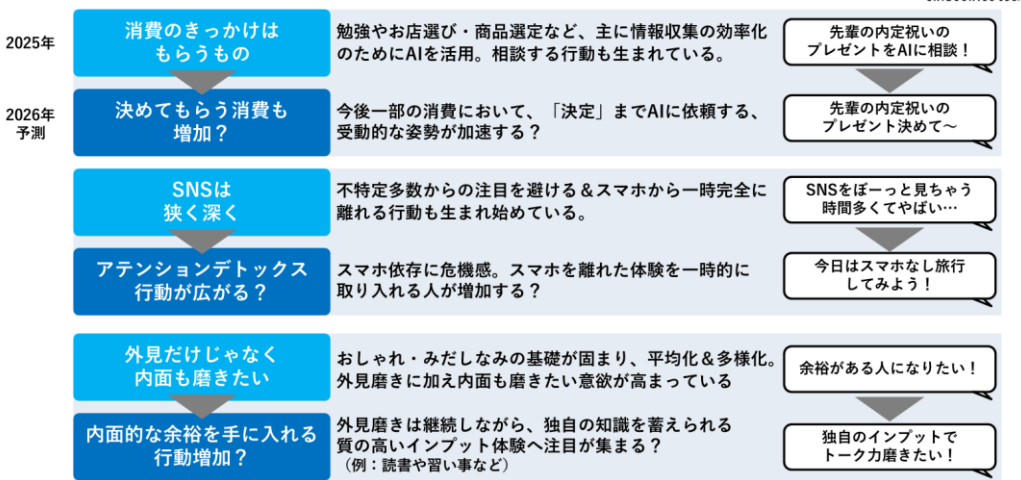
『SHIBUYA109 lab.メンズトレンド大賞』から見える若年層男子のトレンド変遷

	2023年	2024年	2025年
ファッション トレンド	体系カバーができる 全身ダボっとスタイル ・カーゴパンツ	上半身にボリュームを ゆったり着こなすスタイル ・ゴープコア	上半身はスキニー、ボトムにボリューム Aラインスタイル ・ショート丈トップス
ヘアスタイル トレンド	過度なスタイリングはしない自然なスタイル ・シルエット：丸形 ・マッシュ/センター分け	全体は調和、細部で個性 ・シルエット：丸形派&アレンジ派 ・スパイキーショート/ダウンパーマ	束感重視・毛先を遊ばせる ・シルエット：ダイヤモンド・スクエア ・ウルフヘア
“モテ”のキーワード (どう見られたいか)	どちらかというと外見の要素に関する 言及が特徴的 【キーワード】 ・清潔感 ・中性的 ・落ち着いた	外見は万人受けと個性の両立 精神的なバワフルさを重視 【キーワード】 ・万人受けしつつ、わかる人にはわかる ・芯がある ・リードする ・無理していない	見た目は多様、平均重視or細部で個性 内面への言及が増加 【キーワード】 ・余裕がある ・面白い ・凛々しい
体験	ひとりで楽しむ ・ボケカ開封	リフレッシュ&デトックスでとのう ・上高地	インプットや共感を楽しむ ・デザインあ展neo
インフルエンサー	共感・親近感 ・あめんぼふらす	バワフルマインド・啓発系 ・ジョージ・メンズコーチ	自己開示できる強さ。明るく自虐 ・都（みやこ）
AI利用	AI元年：エンタメとしてAIを楽しむ ・ChatGPTでライフハック	EPF（継続）EPF	AI活用が日常に ・船場からお出かけ先でのお店探しまで
コミュニケーション ムード	狭く深く（コロナ禍以降継続）EP コロナ明けの反動で コミュニケーションと情報量に疲れ	EPF（継続）EPF デトックス・リフレッシュ ウェルビーイング模索	EPF（継続）EPF クローズド&エフェメラル SNSでの不特定多数との繋がりを避ける

Copyright© SHIBUYA109ENTERTAINMENT Corporation All Rights Reserved.

また、今回のトレンド大賞の結果および、若年層男性5名を対象に実施したインタビューの結果を踏まえ、2026年の若年層男性の消費ムード予測をまとめました。

若年層男子の消費のムード予測



Copyright© SHIBUYA109ENTERTAINMENT Corporation All Rights Reserved.



SHIBUYA109 lab.所長
長田 麻衣

昨年に引き続き、コミュニケーションの量と範囲への疲れから、リフレッシュのための行動や音楽やインフルエンサーの投稿からポジティブなマインドを取り入れる様子が観測されました。また消費ムード分析にあたり実施したインタビューでは、「ありたい自分の姿」に関して、外見的よりも内面的な要素に言及されていたことが特徴的でした。体験部門でも展示系のインプット体験が多くノミネートされていますが、自身のトーク力や経験値など内面磨きに通じる経験を求めていることが背景に考えられます。



(株)マンダム
小黑 卓人

今年はファッション部門にウルフヘアがランクインしました。韓流の影響や日本の有名人が多数取り入れたことも要因の1つではありますが、昨年ランクインしたスパイキーショートと類似して、周囲との調和は大事にしながらも、細部で個性を表現するヘアスタイルが大きなトレンドになっており、今後も継続しそうな印象を受けます。

ノミネート一覧は
こちら▷▷▷

カフェ・グルメ部門 ノミネート

- 麻辣湯
- 火鍋
- 辛ラーメンタウンバ
- トリュフポテト
- バリバリソーセージ
- ドバイチョコレート
- グリークヨーグルト

- スイカジュース
- ランディーズドーナツ
- もっちりん
- みそきん (店舗)
- OASIS

ヒト部門 ノミネート

- マユリカ
- 福留光帆
- 相川暖花
- 榎田一王
- 長浜広奈
- MON7A (もんた)
- 誇めないアキラ
- 正直レビュー
- 血庄
- ガミックス

- しげ
- 都 (みやこ)
- よこちるとれん
- バイトな日常
- うじとえだ
- バシヤウマ
- ホモサビ
- ケンタウロス健太
- ポーカーズ

アーティスト部門 ノミネート

- timesez
- HANA
- 超ときめき♡宣伝部
- CUTIE STREET
- PIKI
- CANDY TUNE
- さゆるりんってしてみて

- ORANGE RANGE
- RIP SLYME
- 清水翔太
- サバシスター
- ピラフ星人
- Yo-Sea
- SHIROSE
- ナナヲアカリ

コンテンツ部門 ノミネート

- LABUBU
- ゲーム機「Nintendo Switch 2」
- 参議院選挙
- 吉吉米
- 7月5日の予言
- ミュウイング
- 映画「国産」
- 映画「8番出口」
- 映画「リロ&スティッチ」
- 映画「マインクラフト/サ・ム・ビー」
- ドラマ「ウェンズデー」

- アニメ「麗る花は涙を吹く」
- アニメ「SAKAMOTO DAYS」
- アニメ「タコヒーの原野」
- アニメ「タンタタ」
- アニメ「チ、地球の運動について」
- アニメ「光が死んだ夏」
- Gruk
- ゲーム「モンスターハンターワイルズ」
- 漫画「モンスターハンター」
- ロケットナウ
- 日本

SNSミーム部門 ノミネート

- 愛♡スクリーム!
- 今日ビジュイイじゃん
- 今これ界隈 (中国ダンス)
- ○○すぎてしめ!!
- エロがりを愛でる
- 今日何してますか?
- 勘弁して
- 255555
- 五人ミーム
- ノエルミーム

- 内股チャネル
- 横揺れ
- ヤマル界隈
- いらないもの選手権
- グッポイくん
- バンバラバンチャレンジ
- トラウトワントウンサフル
- AI YouTuber
- AI ASMR

ファッション部門 ノミネート

- オールドマネーフアッション
- ネクタイベルト
- ビーニー
- 有線イヤホン
- ケツパン
- スタッズベルト
- ウォレットチェーン
- ショート丈トップス
- 缶バッチ
- バギーデニム
- ユニコロ サーマルトシャツ(ワッフルヘンリーネックTシャツ)

- PUMA スピードキャット
- イージーバンク
- ウルフヘア
- テーパードアード
- NOREHID
- MERRELL
- Our Legacy
- BLUE ELEPHANT
- ティンバーランド

体験部門 ノミネート

- ジブリの立体造型物展
- 水戸黄門 ~人数が見た47年間の冒険~
- デザイン展Hiro
- ザ・スヌーピー展 世界のともだちになつた犬
- 1999展 - 存在しないあの日の記憶 -
- Sony Park展 2025
- 大塚・商店街万博
- 新1 そういうことじゃないんだよ展
- +ありがたいことです展
- Hello Kitty展-わたしが可愛くなるキティも変わる-
- サマー・カールオフ at Tokyo Disney Resort
- Pokémon Trading Card Game Pocket

- Space Traveling TenQ
- 2026 FIFAワールドカップ予選
- 高級アートウェディング
- L'VET GYM
- Lime
- ポーカー
- スマホなし旅行
- めじるしアクセサリー

■調査の概要

調査方法：外部調査会社のアンケートパネルを使用
(SHIBUYA109 lab.調べ GMOリサーチ プラットフォーム利用の調査)
調査期間：2025年9~10月
調査対象：around20(15歳~24歳) 男性
有効回答数：n = 646
調査実施・分析：SHIBUYA109 lab.(運営：株式会社SHIBUYA109エンタテインメント)

※ノミネート候補の選定について
2025年9月にトレンド大会議を実施。SHIBUYA109 lab.の保有する独自ネットワーク「SHIBUYA109 lab. MATE」に所属する高校生・大学生11名とともにSHIBUYA109 lab.にて部門ごとにノミネートを選定。その後選択式アンケートを実施して大賞を決定。

■SHIBUYA109 lab.概要



SHIBUYA109 lab.

株式会社SHIBUYA109エンタテインメントが運営する新しい世代に特化した若者マーケティング機関。SHIBUYA109のターゲットである「around20(15~24歳)」を中心に彼らの実態を調査し、SHIBUYA109独自の視点から分析している。

設立：2018年5月17日
所長：長田麻衣(株式会社SHIBUYA109エンタテインメント所属)
ホームページ：<https://www.shibuya109.co.jp/shibuya109lab/>

■SHIBUYA109 lab.所長 長田麻衣(おさだ・まい)

総合マーケティング会社にて、主に化粧品・食品・玩具メーカーの商品開発・ブランディング・ターゲット設定のための調査やPR サポートを経て、2017年に株式会社SHIBUYA109エンタテインメントに入社。SHIBUYA109マーケティング担当としてマーケティング部の立ち上げを行い、2018年5月に若者マーケティング機関「SHIBUYA109 lab.」を設立。現在は毎月200人の「around20(15~24歳)」と接する毎日過ごしている。

■株式会社SHIBUYA109エンタテインメント概要



SHIBUYA109 ENTERTAINMENT

SHIBUYA109渋谷店(東京都・渋谷区)を中心とした3つの施設を展開。『Making You SHINE! -新しい世代の"今"を輝かせ、夢や願いを叶える-』の企業理念を掲げ、これらを担う新しい世代の今を輝かせ、夢や願いを叶えるため、商業施設運営に留まらないエンタテインメント事業展開を行う。

設立：2017年4月3日
代表取締役社長：石川 あゆみ
ホームページ：<https://www.shibuya109.co.jp/>